

# 認知症の人と家族を地域で支えるための買い物支援プログラム開発 その2

## －認知症の人の買い物に関する店舗向け実態調査－

主任研究者	小長谷 陽子	(認知症介護研究・研修大府センター研究部)
分担研究者	伊藤美智予	(日本福祉大学 健康社会研究センター)
分担研究者	鈴木 亮子	(認知症介護研究・研修大府センター研究部)
研究協力者	尾之内 直美	(認知症の人と家族の会・愛知県支部)

### A. 背景と目的

認知症の人や家族を地域の中でいかにして支えていくのか、社会的にも大きな課題となっている。このような中、「認知症になっても安心して暮らせる地域づくり」を目指して、認知症介護研究・研修大府センターや認知症の人と家族の会・愛知県支部、NPO 法人 HEART TO HEART は協働で様々な取り組みを行ってきた。

そのひとつに、「認知症買い物セーフティネット構築プログラム」(以下、買い物プログラムとする)がある<sup>1)</sup>。本プログラムでは、買い物という生活の中で欠かすことのできない行為に着目し、安心マーク(認知症の人に優しい店舗の目印)の活用や地域住民や店舗従業員を対象とした啓発活動等を通し、地域に見守りネットワークを構築することで、認知症の人や家族を地域で支えていくことを目指すものである。「できなくなった買い物を代行する」のではなく、買い物がしやすいように周りの環境を変えることによって、認知症の人や家族のQOL向上の実現を図るアプローチである。

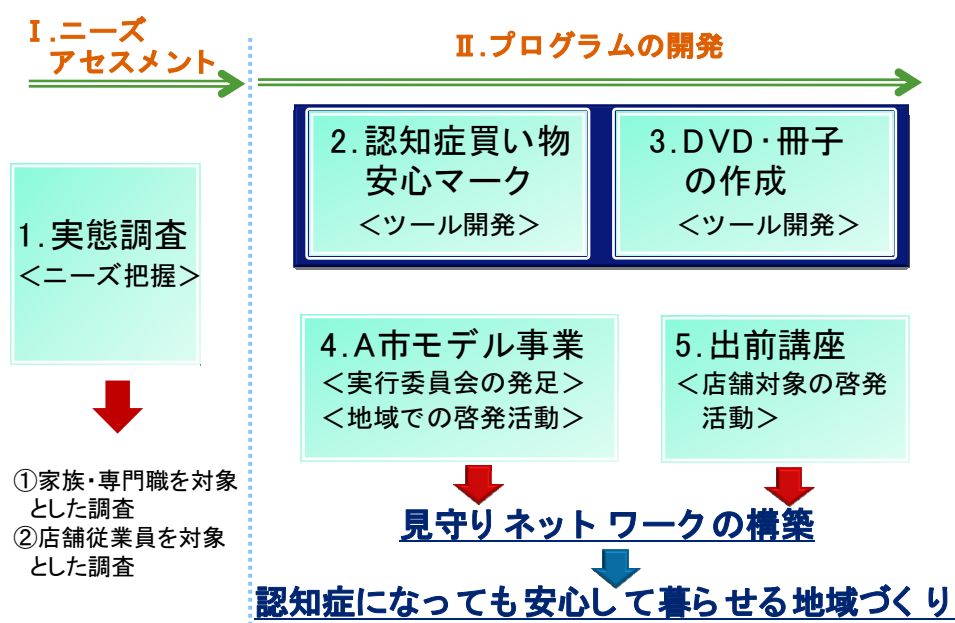
本プログラムの全体像を図表1に示す。開発プロセスには、「ニーズアセスメント」と「プログラム開発」の2段階がある。まずは認知症の人の買い物における困りごとやトラブルを把握し、収集した事例にもとにツール(啓発用のDVD・冊子の作成)や研修プログラムの開発などを行うことで、ニーズアセスメントの結果をプログラム開発に生かしている。地域における認知症の人の買い物支援の取り組みは他にもあるが<sup>2)</sup>、本プログラムは、①家族介護者のナマの声をもとに発案された、②家族介護者などの当事者、地域住民、店舗、行政などとの協働でプログラム開発を行っている、などの特徴がある<sup>3)</sup>。

認知症になると、日常生活の中で様々な困りごとが発生すると考えられ、買い物も例外ではないだろう。認知症と買物の関係では、前頭側頭型認知症が原因で引き起こされる万引き行為<sup>4)</sup>の指摘や、買い物での困りごとについて事例レベルでの報告が見られる<sup>5)</sup>。

しかしながら、認知症の人の買い物の実態は十分に明らかにされているとは言い難い。日々の生活と買い物は切り離せないにもかかわらず、認知症の人がどのような店舗に、どれくらいの頻度で行き、どのようなトラブルや困りごとが発生しているのかなど、よくわかっていないのが現状である。その結果、支援策の検討も不十分であると思われる。

そこで昨年度、認知症の人の買い物の実態を明らかにするため、認知症の人の日常生活の中で身近な存在である「家族・専門職」を対象とした調査を実施した<sup>6)</sup>。本稿では引き続き、買い物先となる「店舗従業員」（スーパー従業員）を対象にした実態調査（以下、「従業員調査」とする）の結果を報告する。

本稿では、まず「従業員調査」の結果について述べる。その上で、昨年度実施した「家族・専門職調査」を含めた2つの基礎的調査に基づき、認知症の人や家族を地域全体で支えていくための支援策について検討する。なお、これら2つの調査は、前述した買い物プログラムのニーズアセスメントに相当するものである。



図表 1. 「認知症買い物セーフティネット構築プログラム」の全体像

## B. 対象と方法

### 1. 対象

A 県内 2 店舗（スーパー）の従業員を対象とし、アンケート調査を実施した。回収数は計 196 名（A 店舗 90 人、B 店舗 106 人）であった。調査期間は、2009

年 12 月から 2010 年 1 月である。

## 2. 方法

調査項目は次の 5 点である。①回答者の属性、②認知症に対するイメージ・理解、③認知症の人の買い物の実態、④研修について、⑤認知症の人の買い物について思うこと。従業員調査では、従業員が認知症をどのように捉えているのか把握するために②を、今後の支援体制を整備するための第一歩として④⑤の項目を加えてた。自由記述では、主な意見を抜粋し記述した。

## 3. 倫理的配慮

本調査は、研究目的及び倫理的事項を説明した書面を調査票に同封し、同意を得て実施した。分析にあたっては、個人が特定されないよう配慮した。

## C. 結果

### 1. 回答者の属性

回答者は「女性」が 8 割を占め、「50 代」が最も多く約 3 割であった。「当該店舗での経験年数」では、「1-5 年」が 4 割弱を占めた。「現在の担当」は「その他」（テナント等）が 25.5%、「レジ」15.3%、「デリカ」13.8%などと続いた。

「現在の職位」では、パートが約 7 割を占めた（図表 2）。

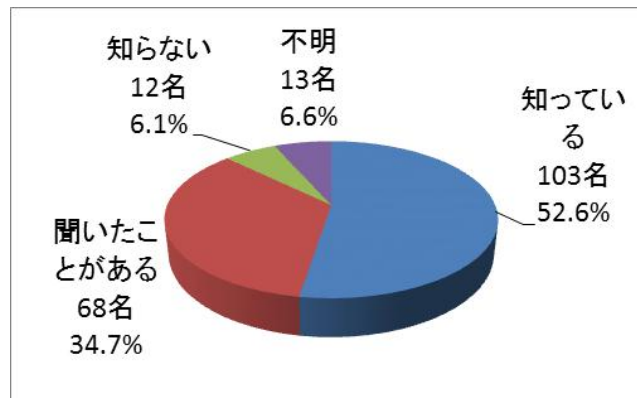
	n	%
性別		
男性	36	18.4
女性	157	80.1
不明	3	1.5
年齢		
10代	9	4.6
20代	17	8.7
30代	23	11.7
40代	36	18.4
50代	65	33.2
60代	42	21.4
70代	1	0.5
不明	3	1.5
当該店舗での経験年数		
1年未満	8	4.1
1-5年	73	37.2
6-10年	32	16.3
11-20年	53	27
21-30年	17	8.7
31年以上	6	3.1
不明	7	3.6
現在の担当		
その他（テナント等）	50	25.5
レジ	30	15.3
デリカ	27	13.8
一般食品	26	13.3
水産	25	12.8
農産	20	10.2
畜産	15	7.7
不明	3	1.5
現在の職位		
管理職	12	6.1
正社員	27	13.8
パート	140	71.4
アルバイト	17	8.7
合計	196	100.0

図表 2. 従業員の属性

## 2. 認知症に対するイメージ・理解

### ◆認知症について知っているか

約半数の従業員が、認知症のことを「知っている」と回答した(103名、52.6%)。「聞いたことがある」は68名(34.7%)、「知らない」は12名(6.1%)であった(「不明」13名、6.6%、**図表3**)。



**図表3.** 「認知症について知っているか？」

### ◆認知症に対するイメージ

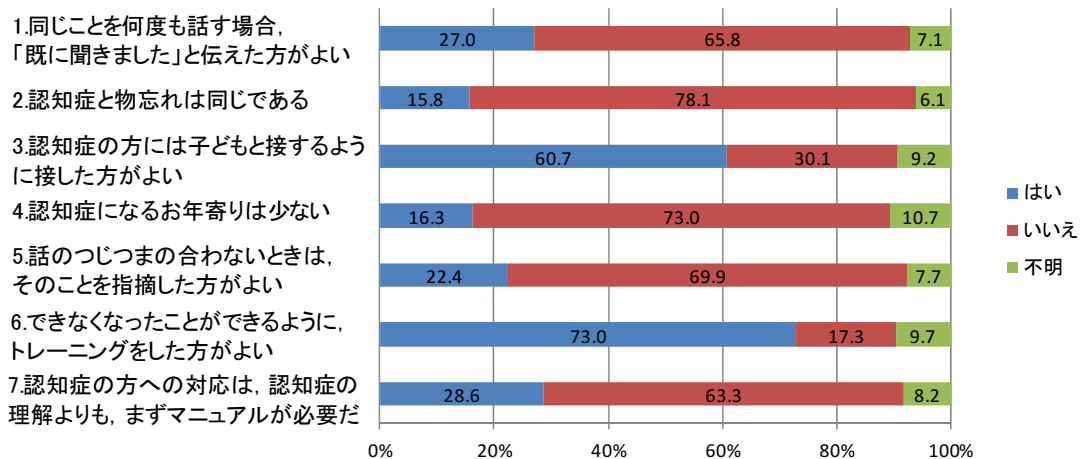
認知症に対するイメージを尋ねたところ、**図表4**に示すように概ねネガティブな印象のものが多かった。

- ・「物忘れがひどい」「同じ話を繰り返す」「勘違いが多い」
- ・「自分のこともわからなくなる」「家族も忘れてしまう」
- ・「昔のことはよく覚えている」
- ・「一人で行動できなくなる」
- ・「認知症になった人はかわいそう」
- ・「近寄りにくい」
- ・「支える家族が大変」

**図表4.** 認知症に対するイメージ (抜粋)

### ◆認知症に対する理解

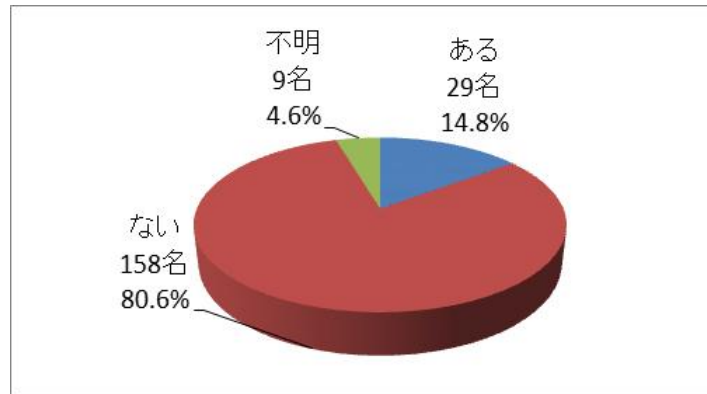
認知症に対する理解について、具体的な7項目で尋ねた(**図表5**)。「認知症と物忘れは同じである」では8割弱が「いいえ」と回答した。一方で、「できなくなったことができるようにトレーニングをした方がよい」で「はい」が73.0%、「認知症の人には子どもと接するように接した方がよい」では「はい」が60.7%であった。「同じことを何度も話す場合、『既に聞きました』と伝えた方がよい」や「話のつじつまの合わないときは、そのことを指摘した方がよい」でも、約25%の従業員が「はい」と回答した。



図表 5. 従業員の認知症に対する理解

### 3. 認知症の人の買い物の実態

認知症の人が一人で来店するのを、「見たことがある」のは 29 名 (14.8%)、「見たことがない」は 158 名 (80.6%)、「不明」が 9 名 (4.6%) であった (図表 6)。



図表 6. 「認知症の人が一人で来店するのを見たことがあるか？」

#### ◆従業員が認知症だと気づいた理由

従業員が「認知症だと気づいた主な理由」(複数回答)には、「持っている金額に見合った買い物ができない」(10名)、「お金はあるが、お札の区別がつかない」(7名)、「同じものを頻繁に買いに来る」(3名)、「おつりを渡しても、『おつりをもらっていない』と後で言うてくる」(3名)、「同じものを大量に買う」(2名)、「料金を支払わず出て行こうとした」(2名)などがあつた (図表 7)。

認知症だと気づいた理由	人
持っている金額に見合った買い物ができない	10
お金はあるが、お札の区別がつかない	7
同じものを頻繁に買いに来る	3
おつりを渡しても、「おつりをもらっていない」と後で言ってくる	3
同じものを大量に買う	2
料金を支払わずに出て行こうとした	2

図表 7. 認知症だと気づいた理由（複数回答）

#### ◆トラブルの経験の有無と具体的内容

「認知症の人が一人で来店するのを見たことがある」と答えた従業員 29 名のうち、「困ったり、トラブルになったことがある」のは 7 名であった。主な困りごとやトラブルの内容は、図表 8 の通りである。

- ・「お金を持っていないことを本人が理解できず、その場で立ちすくんでしまった。説得してもわかってもらえず、30 分ほどレジを止めたままになった」
- ・「お買い物を済まされて、台のところでずっとボーっとしていた。『どうしました?』と聞いても、ごにょごにょ何か言っていた。どうしていいかわからなかったが、とりあえずお客様の持ってきた袋に入れるのを手伝ったら、喜んで帰って行かれた」
- ・「レジに来られたが、財布の中にお金がない。何も話さずボーっと立ったまま、首をかしげていた」

図表 8. トラブルの具体的内容

一方、認知症の人が同伴者と来店するのを「見たことがある」のは 18 名であった。うち、「困ったり、トラブルになったことがある」と回答したのはわずか 1 名で、その内容は、「トイレ介助（女性の認知症の人に付き添っていたのが男性だった）」であった。

#### 4. 研修の必要性

「認知症の人に対する対応方法を経営者・従業員が知っていることが重要だと思うか」では、「とてもそう思う」が 88 名（44.9%）、「まあまあそう思う」が 69 名（35.2%）であり、肯定的な意見が約 8 割を占めた（図表 9）。

重要か	人数	パーセント
とてもそう思う	88	44.9
まあまあそう思う	69	35.2
どちらでも良い	24	12.2
あまり思わない	2	1.0
まったくそう思わない	2	1.0
不明	11	5.6
合計	196	100.0

図表 9. 「認知症の人に対する対応方法を経営者・従業員が知っていることが重要だと思うか」

同様に、「認知症に対する知識やトラブル時への対応方法について情報を得たいか」でも、「とても得たい」が 56 名 (28.6%)、「まあまあ得たい」が 79 名 (40.3%) を占め、約 7 割が肯定的であった (図表 10)。

情報を得たいか	人数	パーセント
とても得たい	56	28.6
まあまあ得たい	79	40.3
どちらでも良い	43	22.4
それほど得たくない	5	2.6
まったく得たくない	1	0.5
不明	11	5.6
合計	196	100.0

図表 10. 「認知症に対する知識やトラブル時への対応方法について情報を得たい」

## 5. 認知症の人の買い物について思うこと

自由記述の回答は、大きく 4 つのカテゴリ (①心配ごと、②対応方法、③要望、④研修) に分けることができた。

「①心配ごと」には、一人での来店時の対応や金銭のやり取りで生じるトラブルを心配する声が聞かれた。「②対応方法」では、「商品を持たせないように注意する」との回答が 1 件のみ見られたが、それ以外は「買い物をお手伝いしたい」「ご来店いただけたら大切なお客様なので、普通に気持ちよく接客したい」などサポートに肯定的な反応であった。「③要望」の大半が、同伴者と一緒に来店を望む意見であった。「④研修」では、「認知症の人への対応方法を勉強した



い」など、研修参加に積極的な姿勢がうかがえた。

## D. 考 察

昨年度実施した「家族・専門職調査」<sup>6)</sup>に基づけば、認知症の人の約半数が買い物に出かけており、地域で生活する認知症の人にとって、日常生活と買物を切り離すことができない実態が明らかになった。また、トラブルを経験している家族や専門職も少なくないことから、認知症の人の買い物支援のニーズが潜在的に存在することが示唆された。

一方、上述した「従業員調査」では、主として次の4点が明らかになった。①認知症の人の買い物でトラブルを経験したことがある店舗従業員は、それほど多くはない。②認知症の人の買い物時のトラブルは金銭が関係すること、それに関連してレジでのトラブルが多い傾向にある。③従業員の認知症に対する知識は必ずしも十分とは言えないが、認知症の理解を深めるための研修意欲は高い。④認知症の人の買い物について、「同伴者なしで、一人で来店された場合の対応」「金銭トラブルへの対応」などを心配する声が挙げられた。他方、「認知症の方の買い物をお手伝いしたい」「ご来店いただけたら大切なお客様なので、普通に気持ちよく接客したい」などの意見から、認知症の方の買い物に対して肯定的に捉えていることが示唆された。

以下では、これら2つの基礎調査をもとに、認知症の人の買い物支援のあり方について検討する。まず、「1. 認知症の人の買い物の実態」を総括した上で、「2. 支援に求められる視点」と「3. 具体的な支援策の検討」について考察する。

### 1. 認知症の人の買い物の実態

#### (1) 認知症の人と買い物の実態

認知症の人の買い物<sup>6)</sup>では、約半数の人が買い物に出かけており、そのうち約60%以上が週に1回は買い物に行っていた。所持金は、1000円以下が約30%と多い半面、10,000円以上も約20%を占めた。「一人と同伴が半々」を含めると、認知症の人の2人に1人がひとりで買い物に出かけていた。ひとりで買い物に出かける可能性のある人がよく行く店舗は、スーパーが最も多く、半数以上を占めた。

日常生活の中で買い物という行為は、食事の支度、洗濯、家事、電話の使用、金銭の管理、服薬、外出とともにIADL (Instrumental Activities of Daily Living, 手段的日常生活動作能力) と呼ばれ、地域で独立した生活を営むうえで不可欠な能力とされている<sup>7)</sup>。地域在住の自立高齢者を対象にした調査では、買い物は

受診と並んで外出目的の上位にあり、男女ともに約 80%の人が買い物をしてきた<sup>8)</sup>。また、地域在住の 70 代高齢者を対象にした調査では、男女ともに約 9 割が「日用品の買い物」が「できる」と回答、「できる」者の実際の遂行状況は「ほとんど自分ではしない」が男性で 36.1%、女性ではわずか 3.4%だった<sup>9)</sup>。

これらの調査結果と比較すると、買い物に出かけている認知症の人の割合は少ないことがわかる。IADL の中でも、買い物・金銭管理行動は、計算、品物の選択、他者との交流を含み、高度な能力を必要とする行動であり<sup>10)</sup>、認知症の人にとっては様々な困難が生じることがその原因だと思われた。

しかし見方を変えると、そのような状況下でも約半数の認知症の人は買物をしていると解釈することもできる。認知症の人の買物は、周りのサポートがあれば可能な時期もあると考えられる。買物をするのは徒歩圏内の地域にあるスーパーが多いと思われたことから、まずはそこから支援体制を整える必要がある。

## (2) 買い物時のトラブルや困りごと

### ◆「家族・専門職調査」から<sup>6)</sup>

認知症の人の買物の実態とともに明らかになったのが、認知症の人の買物に関するトラブルや困りごとである。トラブルを経験した家族が約 4 割、トラブル経験やトラブルの相談経験がある専門職は約 8 割を占めていた。認知症の人の買物に関するトラブルは家族だけでなく、専門職にとっても関心が高いことが推察された。

トラブルの具体的内容をみると、「金銭に見合った買物ができない」「お金がわからない」「大量に購入する」「レジを待ってられない(いなくなる)」「自分の気に入ったものを離さない」「商品を傷つける」「お金を払わず食べてしまう」「お金を払わず出て行ってしまう」「カートで突っ走り、他の客にぶつかりそうになる」「他の客のカートに商品を入れる」などがあつた。

認知症の人の買物に関するトラブルや困りごとの傾向として、金銭の支払いが関係すること、それに関連してレジでのトラブル発生が多いことがうかがえた。先行研究でも、アルツハイマー病患者では全般的な認知レベルが比較的保たれている時期から自立した金銭管理の遂行が困難であることが指摘されている<sup>11)</sup>。金銭の支払い以外にも、家族がレジで支払い中に認知症の人がいなくなるトラブルもあることから、対応策としてレジでの対応がポイントになると思われた。

### ◆「従業員調査」から

従業員調査からは、同伴者がいる場合よりも認知症の人が一人で来店する場合の方が、トラブルや困りごとの発生が多いことがわかった。同伴者がいる場

合は、同伴者がトラブル回避のための行動をとることで、トラブルを未然に防いでいると考えられた。従業員からは認知症の人の買い物への要望として、同伴者と一緒に来店してほしいという意見が少なくなかったが、現実的には必ずしも同伴者がいるとは限らない。認知症の人が一人で来店する場合のトラブルへの対応策を検討する必要がある。同伴者がいる場合にも、トラブルを回避しようとする同伴者の心理的負担を考慮することが大切だろう。

### **(3) 認知症の人にとっての買い物**

近年の認知症ケアの考え方は、本人の残存機能を活用した生活行為への支援や、住環境や人的環境にも考慮し、自分の力を発揮してこれまでの生活性の継続性を考えた生活支援型のケアを主流としている<sup>12)</sup>。例えば、グループホームにおける認知症ケアの実践の中では、外出や買い物が積極的に取り入れられており<sup>13)</sup>、グループホームの「家庭的」要素のひとつとしても買い物が認識されている<sup>14)</sup>。

高齢になると、身体的、精神的、経済的に加え、社会的なつながりも喪失すると言われている<sup>15)</sup>が、買い物に行くことは社会的刺激や環境の変化となり、認知症の人がもつ社会的感覚や能力を発揮する場になると考えられる<sup>10)</sup>。「家族・専門職調査」からも、「(トラブル時の家族の気持ちは) 恥ずかしかったが、日常生活の一部なので買い物はさせたい」(家族)、「買い物は生活する上で大切なこと」(専門職)、「買い物行為に障害が出て、周囲の人がカバーしあいながら、今まで営んできた生活を継続してほしい」(専門職)、「女性の方は今までの習慣なのか、とても倹約家で野菜の善し悪しをしっかりと見極める。ごく普通に楽しんでおられる」などの意見があり、買い物は認知症の人が地域でふつうにその人らしく生きるための行為であると捉えられていた。

認知症になっても周りのサポートがあれば、買い物を継続できる可能性はある。買い物はまさに日常であり、ケアもまた日常にあるべきである。認知症の人の買い物への「肯定的な認識」<sup>10)</sup>のもと、認知症の人の日常を支援する体制を整える必要がある。

## **2. 支援に求められる視点**

地域で暮らす認知症の人の買い物支援を考える上で、求められる視点として次の2点があると思われる。

### **(1) 本人だけでなく家族も支援の対象とする**

まず、支援の対象として、本人はもちろん家族も視野に入れ、その心理的負担の軽減を図る必要がある。支え手である家族にとって、認知症の人の日常は、家族の日常そのものである。店舗ではトラブルを回避するため常にそばで見て

いる必要があり、気を休めることができない。一度トラブルが発生すると、家族は自分の気持ち、本人への気持ち、店舗への気持ちが複雑に絡み合い、心理的負担が高いことがうかがえる。店舗側や買い物客からのサポートは、認知症の人だけでなく、家族も安心して生活できることにつながる。

## **(2) トラブル時・後だけではなく、トラブル前からの支援を視野に入れる**

次に、トラブル時・後だけでなく、トラブル前から一連の流れとして支援策を検討する必要がある。上述したように、家族はトラブルを回避するための行動をとることで、トラブル前から心理的緊張が持続していると推察された。また、認知症の人にとって店舗での買い物時だけが問題なのではなく、行き帰りに道に迷うことや交通事故にあう心配もある。よって支援策を検討する際には、トラブル時・後の対策だけでなく、トラブル前からの支援を視野に入れることが重要であると考えられた。

すなわち、認知症の人の買い物を支援するのは店舗だけでは十分でなく、お客であり、地域での見守り手として期待される地域住民の参加も不可欠となる。

## **3. 具体的な支援策の検討**

最後に、地域で生活する認知症の人が買い物しやすい環境を整備するための具体策として、(1) 店舗従業員を対象とした研修プログラムの開発と実施、(2) 地域住民を対象とした啓発活動の2点について検討する。

### **(1) 店舗従業員を対象とした研修プログラムの開発と実施**

店舗従業員を対象とした研修プログラムの開発とその実施が課題となる。本研究から、家族・専門職調査ではトラブルまたは相談経験が多いのに対し、従業員調査では少ないことが明らかになった。このことは、今後の対策を考える上で示唆的である。

なぜこのような相違が生まれたのか、主に2つの理由があると思われる。ひとつには、店舗従業員よりも家族の方がトラブルの概念を広くとらえている可能性がある。例えば、「レジの最中に認知症の人を見失う」「認知症の人が一人で店舗内を歩く」ことを家族はトラブルと思っている、従業員側はそう捉えていないことも考えられる。もうひとつは、従業員調査の「認知症に対する理解」から示されたように、従業員が認知症のことをあまり知らないことが、トラブルの発見を妨げる原因になっている可能性がある。

従業員の認知症に対する理解は十分とはいえないが、同時に研修意欲が高く、認知症の人の買い物支援に協力的であることも明らかになった。研修プログラムの開発では、まずは認知症の基本的特性の理解に重点を置きつつ、家族と従業員のトラブルの概念に相違がある可能性に留意しながら、トラブル事例の共

有と対応策の検討がなされる必要がある。

このようなプログラムを開発・実施することで、認知症への理解が深まることが期待される。日常生活の中での買い物という行為に着目すれば、店舗やその従業員が認知症の人を地域で支える社会資源のひとつとなる可能性がある。

## (2) 地域住民に対する啓発活動の推進

認知症の人が安心して買い物ができるようにするためには、店舗従業員のみならず、地域住民の認知症に対する理解を深める必要もある。実際、家族・専門職調査からも、行政に対し、地域住民への啓発活動の推進を求める意見が少なくなかった。

認知症の人は買い物時の状況が理解できず、それが不安や怒りにつながっていると考えられる。また、家族からは「店舗の人よりも、一般のお客さんの余裕のなさや苛立ち、理解のなさを感じる」との意見も寄せられた。買い物時のトラブルや困りごとに遭遇するのは、店舗従業員だけとは限らない。客である地域住民の理解も必要である。

現在、国レベルで取り組まれている「認知症を知り、地域を作るキャンペーン」のように、認知症への理解を深めるための啓発活動は他にもある。ただし、買い物という視点から、店舗だけでなく地域住民へ認知症を啓発していくことは新しい試みであろう。

買い物は、老若男女を問わず誰もが主体になり得る。ここに、買い物を切り口とした啓発活動への地域住民の参加の可能性を見出すことができる。地域住民にとってもきわめて日常の場面から出発することで、具体的なイメージをもって理解しやすい。同時に、住んでいる地域でどのようなサポートが受けられるのか、自分の将来のイメージにつなげることもできるだろう。

買い物を仕掛けとして店舗や地域住民をネットワーク化することで、安心して生活できる地域づくりにも貢献することが期待される。

## E. 結論

本研究の目的は、次の2点であった。①店舗従業員の視点から、認知症の人の買い物の実態を明らかにする。②その上で、昨年度に実施した「家族・専門職調査」の結果もふまえ、認知症の人の買い物に関する支援のあり方について検討する。家族、専門職、従業員の3つの視点から接近することで、認知症の人の買い物について多面的な検討ができたと考える。

家族・専門職調査<sup>6)</sup>からは、認知症高齢者の約半数が買い物に出かけており、認知症の人にとっても、買い物が日常生活と切り離せないことが確認できた。また、家族の約4割、専門職の約8割が買い物時のトラブルまたは相談の経験

があったことから、潜在的な支援ニーズは高いと思われた。認知症の人にとっての日常は、家族にとっても日常である。本人はもちろん、家族の心理的負担軽減を視野に入れ、支援策を検討することが求められる。

従業員調査からは、トラブルを経験した従業員は少数であり、家族・専門職調査と相違が見られた。家族と従業員ではトラブルの概念が異なること、認知症に対する理解が十分ではないことが理由と考えられた。認知症について学ぶ意欲や認知症を理解することの重要性の認識が高い従業員が7-8割だったことから、研修プログラムの開発が期待される。

「認知症になっても安心できる地域づくり」を実現するために、地域での買い物の見守り支援体制を構築することの意義は大きい。今後も、実践と研究の協働関係のもと、プログラムのプロセスや成果の評価、事例の収集や対応方法の検討、店舗従業員や地域住民に対する啓発活動を進めることで、その実現を図ることが重要である。

※本研究のデータ収集は H21 年度に実施しているが、分析は H22 年度に実施したことから、今年度の報告書で報告を行った。

## 引用文献

- 1) NPO 法人 HEART TO HEART: 「認知症買い物セーフティネット」普及事業—認知症になっても安心して買い物ができる地域づくり—; 「認知症でもだいじょうぶ」町づくりキャンペーン 2009 報告書, 45-56 (2010).
- 2) 井出訓: 認知症フレンドシップクラブ (Dementia Friendship Club : DF-Club); 現代のエスプリ, 10, 61-71 (2009).
- 3) 伊藤美智予, 鈴木亮子, 尾之内直美, ほか: 認知症の人と家族を地域で支えるためのプログラム開発 (1); 認知症ケア学会誌: 185 (2009).
- 4) 長谷川和夫: 認知症診療のこれまでとこれから. 永井書店, (2006).
- 5) 日下喜代子: 前頭側頭型認知症の食生活支援 買い物・調理支援を通して; 介護福祉, 77: 98-103 (2010).
- 6) 小長谷陽子, 鈴木亮子, 伊藤美智予, ほか: 「認知症の人と家族を地域で支えるための買い物支援プログラム開発」; 厚生労働省平成 21 年度老人保健健康増進等事業「若年性認知症に対する効果的な支援に関する研究事業」報告書, 70-81 (2010).
- 7) 古谷野亘: 地域老人における集団的 ADL—社会的な生活機能の障害およびそれと関連する要因. 社会老年学, 33: 56-67 (1991).
- 8) 久野孝子, 白井みどり, 門間晶子, ほか: 地域在住高齢者における外出の機会の特徴と抑うつ状態・主観的幸福感との関連; 名古屋市立大学看護学部紀要, 2, 67-74 (2002).
- 9) 山田ゆかり, 石橋智昭, 西村昌記, ほか: IADL の自立と遂行 (1) 能力と遂行の乖離. 老年社会科学, 20: 61-65 (1998).
- 10) 町田久見子, 内田陽子, 小谷弥生: 認知症高齢者の買い物・金銭管理ケアプログラムにおける行動特性. 北関東医学, 56 (3): 225-230 (2006).
- 11) 熊沢佳子, 松田修, 櫻庭幸恵, ほか: アルツハイマー病患者の金銭管理能力と認知機能の関連—Financial Competency Assessment Tool (FCAT) による検討. 老年精神医学雑誌, 15 (10): 1177-1185 (2004).
- 12) 加藤伸司: 認知症ケアはここまで進んだ. 老年精神医学雑誌, 19 (6): 629-635 (2008).
- 13) 和田行男, 宮崎和加子: 大逆転の痴呆ケア. 中央法規, (2003).
- 14) 前田享史, 金子信也, 永幡幸司ほか: グループホームにおける“家庭的”要素に関する介護提供者に認識. 厚生指標, 53 (10): 20-27 (2006).
- 15) 長谷川和夫, 賀集竹子: 老人心理へのアプローチ. 医学書院, (1975).

平成 22 年度老人保健健康増進等事業による研究報告書

平成 22 年度 認知症介護研究報告書

〈若年性認知症に対する効果的な支援に関する研究事業〉

発行：平成 23 年 3 月

編集：社会福祉法人 仁至会

認知症介護研究・研修大府センター

〒474-0037 愛知県大府市半月町三丁目 294 番地

TEL (0562) 44-5551 FAX (0562) 44-5831

発行所：若葉印刷有限会社

〒462-0852 愛知県名古屋市北区猿投町 26 番地

TEL (052) 991-5537 FAX (052) 914-7933